¿Así que quieres hacer dinero en Internet?

¡Excelente! Porque te voy a mostrar precisamente eso y terminando de leer este reporte podrás ir inmediatamente a aplicar estas estrategias para hacerte de suficientes dólares para que puedas pagar tus deudas, te vayas de vacaciones, le compres un regalo especial a tu pareja o me invitarme una buena botella de vino…

Los Tres Puntos Mágicos de Hacer Dinero

Creo que es posible que estos sean básicamente *las únicas* tres maneras de hacer dinero en tu negocio además de pedir prestado o robarlo de alguien más.

(Pero dejemos eso para los funcionarios corruptos.)

Así que aquí van. Las tres *maneras legales*.

Traído para ti por **Federico Aura**

Agosto 2010

Punto Mágico #1: Obtén Más Clientes

Lo primero que queremos hacer es obtener más clientes. Sencillo, ¿verdad?

Este es el punto en que más gente se enfoca.

"Vamos a obtener más clientes, solo a obtener más clientes. Obteniendo más clientes vamos a estar bien."

Francamente, este es el método en que yo me enfoqué principalmente durante los últimos tres años, y me ha servido muy bien.

Desafortunadamente (o *afortunadamente* dependiendo cómo lo veas) **esta es solo la punta del iceberg**. Cuando consideras las otras dos formas de hacer dinero, comenzarás a ver cómo puedes hacer una fortuna.

Y voy a enseñarte justo eso en este reporte.

Pero primero, te mostraré los otros pasos.

Punto Mágico #2: Vende Más Cosas a tus Clientes Existentes

La segunda manera de hacer dinero es simplemente vender a tus clientes que ya tienes más cosas.

Suena como una idea revolucionaria y estoy segurísimo de que *nunca* antes la habías oído.

¡Pura genialidad!, ¡¿verdad?! (Sólo un poquito de sarcasmo en estas líneas…)

Pero hablando en serio – tan pocas personas lo ponen en práctica que es impactante, incluyéndome.

Así que no voy a señalar con dedos acusadores aquí.

Pero esto es importante: demasiadas personas lo pasan por alto. Se enfocan tanto en el Punto Mágico #1… obtener más clientes… y hay una mina de oro al alcance de la mano… apenas oculta en su actual base de datos de clientes.

Punto Mágico #3: Incrementar la Frecuencia de Compras

La tercera forma de ganar más dinero es venderle a tu gente más cosas **más frecuentemente**, también conocido como incrementar la frecuencia de compra.

La forma más fácil de hacerlo es simplemente crear más productos y ofrecerlos a tus clientes de forma continua y planificada.

Hay especial énfasis en las palabras "continua" y "planificada".

La mejor manera de hacerlo es haciendo un plan para los lanzamientos de tus productos hasta con un año de anticipación.

Y si quieres ser el mejor en el negocio, lanzar algo nuevo cada mes.

Mira – si pones buenas cosas en el mercado, tus clientes literalmente estarán a la expectativa de que lances algo nuevo.

¡Esperarán que te apresures y lances cada vez algo más y mejor!

Sí, la mayoría de personas piensan que saturan el mercado y pierden algo de momentum si lanzan un montón de productos.

¡Basura!

Veamos un ejemplo con mis sobrinos.

Les encantan unos animalitos de peluche llamados Webkinz.

No se cansan de esas cosas.

Bueno – Webkinz lanza un nuevo juguete cada mes. De hecho, lanzan varios de ellos.

¡Y sus clientes y fans literalmente cuentas los días para cuando salen a la venta los nuevos juguetes!

¡Hay sitios web enteros dedicados a esto! ¡Y no estamos hablando más que de animales de felpa!

Si funciona para ellos, entonces DEBE funcionar para ti.

Ok – ya te he dado un vistazo rápido a los tres métodos básicos que necesitamos para acrecentar verdaderamente tu negocio y empezar a hacer más dinero.

Ahora déjame darte instrucciones paso a paso sobre cómo poner en marcha este plan… AHORA MISMO.

Parte 1: Obtener Más Clientes

Vamos a pensar en esta parte desde un punto de vista matemático: Si tienes 1,000 clientes y ganas $50 por cada venta, entonces habrás ganado $50,000, ¿cierto?

Así que si queremos ganar más dinero con el Paso 1, podemos sencillamente doblar la cantidad de clientes de 1,000 a 2,000 y ahora tenemos 2,000 clientes dándonos $50 dólares por cada venta.

Ahora estamos ganando $100,000 dólares.

¿Apoco, en serio? Es fácil hacer este cálculo, y como dije antes es aquí en donde la mayoría de la gente se enfoca.

Pero Aquí Está el Problema

Esta es la manera menos redituable de hacer crecer tu negocio, lo creas o no, y la razón es porque obtener clientes cuesta dinero.

Claro. Cuesta dinero hacer la primera venta, ¿no es así?

Casi siempre, ¿verdad?

Tienes que poner anuncios en Internet, Google, o Yahoo, u otros.

O tienes que hacer campañas de marketing por e-mail.

Y tienes que regalara muchas cosas gratis y contenido para "sobornarlos" a venir a tu sitio y comprar algo.

Es la venta más difícil de hacer porque tienes que trabajar sin cansancio para ganarte la confianza del comprador.

Es la venta menos redituable de llevar a cabo porque estás gastando mucho dinero en obtener tráfico, hacer Alianzas Estratégicas y más cosas.

Así que el 90 por ciento de nosotros enfocamos 90 por ciento de nuestro esfuerzo a hacer lo más difícil, y nunca aplicamos ese enfoque a obtener el dinero fácil del que a continuación vamos a hablar.

Sé que "obtener más clientes" es una gran cuestión (aún si es la menos redituable), así que voy a mostrarte algunas maneras en que puedes duplicar la cantidad de clientes que tienes.

(Después veremos algo más avanzado).

Pues aquí vamos… XX maneras de conseguir más clientes.

La primera y la más obvia de ellas es…

¡Aumenta tu Tráfico!

Así va esto:

La mayoría de gente confían en **solamente una** fuente primaria de tráfico. Por ejemplo, pueden tener solo una lista de palabras clave o usar solo tráfico de pago-por-clic en un motor de búsqueda sin usar SEO o algo más, o puede que solo usen tráfico de SEO o solamente tráfico de YouTube o… entiendes la idea.

Algunas personas confían solo en sus socios de Alianzas para obtener tráfico, y aquí me declaro culpable con frecuencia. (El "dinero gratis" de los socios es adictivo y es fácil hacerse "gordo y feliz" de ello – ignorando otras fuentes más estables de ingresos.)

Por eso, hablemos sobre otras maneras de obtener tráfico.

Mucha gente se concentra en AdWords y Alianzas Estratégicas para obtener tráfico.

Claro, AdWords es grandioso… ***¿pero dependes de él?***

Las alianzas son maravillosas pero, ***¿son tu fuente principal de nuevos clientes?***

Casi todos los clientes con los que trabajo dependen de **una** fuente para obtener clientes.

Y yo no era muy diferente a ellos en mis pequeños negocios.

Solía obtener 85% de mis nuevos clientes y prospectos de anuncios PPC (pago por clic) en las redes de búsqueda de Google.

¿Crees que estaba estresado cuando vino el "Google Slap"?

¡Por supuesto! ¡Casi me vuelvo loco! Mi negocio estaba en peligro de la ruina total porque mi ÚNICA fuente de clientes se había secado sin previo aviso.

Y esto puede pasarte MAÑANA mismo.

Atento – *si estás enganchado a UNA fuente primaria de clientes, estás CONDENADO.*

Pero afortunadamente, es muy fácil implementar nuevas fuentes de tráfico y clientes.

Aquí hay cuatro fuentes de nuevos clientes que puedes comenzar a probar de inmediato:

1. **Yahoo**.
   La red de PPC de Yahoo es buena. Te da tráfico de alta calidad justo como lo hace Google. El volumen total de tráfico desde Yahoo puede ser menor, pero he visto que la taza de conversión es muchas veces un poco mayor.

   Puedes registrar tu cuenta rápidamente en esta página: http://advertisingcentral.yahoo.com/smallbusiness/ysm

   Lo bueno de Yahoo es que son alrededor de… oh, no sé… tal vez CUARENTA BILLONES DE VECES MÁS AGRADABLES QUE GOOGLE.

   ¿Alguna vez has escuchado sobre el "Yahoo Slap"?

   Por supuesto que no.

   Eso es porque Yahoo es muy fácil para lidiar con ellos. Puedes inclusive enlazar directamente a enlaces de afiliado. Sin páginas de aterrizaje ni nada. Puedes crear 20 campañas de anuncios en Yahoo y probar 20 diferentes promociones de afiliados HOY MISMO si así lo deseas.

   ¿Quieres enviar a la gente directamente a una página horrible pero con conversiones de locura? No hay problema. A Yahoo no le importa.

   ¿Quieres enviar a la gente a una larguísima carta de ventas? Así es: A Yahoo ni siquiera le va a incomodar.

   Por eso pon a trabajar a Yahoo. ¡Es fácil! No hay razón válida para no hacerlo.

   Ahora, cuando te hayas hecho cargo de esto, sigamos con…

2. **Anuncios Imágenes de Google**.
   Casi nadie hace uso de esto. Es diferente a AdWords. Mucho más indulgente… y puede ser MUCHO más barato si lo haces bien… y puede traerte TONELADAS de tráfico.

   Así es como funciona:

En lugar de pagar por clic, pagas por *impresión*.

Es simple: haces un anuncio de banner y Google lo publica en sitios web de su red de asociados. Luego ofreces la cantidad que estás dispuesto a pagar por 1,000 veces que tu anuncio sea mostrado. (Esto se llama CPM.)

Veamos un ejemplo:

Digamos que aceptas pagar $1.00 por cada 1,000 veces que tu anuncio se muestra.

Y digamos que solamente UNO POR CIENTO de la gente que lo ve hace clic en el anuncio.

Bien, has pagado un dólar para que 1,000 personas vean el anuncio, ¿cierto?

Y el 1% de 1,000 son 10 personas.

Así que has obtenido 10 clics por un simple y mísero dólar.

… y eso solo quiere decir

¡10 Centavos por clic!

Y checa, estos son números REALES. Con toda seguridad puedes hacer un excelente banner que te dé aún MÁS clics.

PERO TIENES QUE HACERLO BIEN, O ESTÁS FRITO.

Primero que nada, querrás hacer una búsqueda en Google para saber cuál es tu palabra clave con la mejor conversión.

Después verás todos los sitios que te arroja Google en la primera página de los resultados de búsqueda.

Busca si encuentras algo así:

a. Están usando AdSense en la página.

b. Los anuncios se muestran en la parte superior de la página.

c. Están mostrando anuncios de banner en la página.

Si están usando AdSense en la parte superior de la página vale la pena probar suerte. **Haz una oferta para que muestren tu banner en el sitio.**

Estarás incrementando exponencialmente tu oportunidad de éxito al hacerlo, ya que solo estás poniendo tu banner en sitios bien direccionados que están directamente relacionados con tus palabras clave.

Además, solo estas ofertando por mostrar tus anuncios en la parte superior,… donde la gente los verá CON TODA SEGURIDAD… lo que hace más probable obtener un clic.

Recuerda – no estás pagando por clic. Estás pagando *por impresión*. Por lo que si obtienes muchos clics, no va a costarte un céntimo extra.

Muchas personas se están enriqueciendo usando esta estrategia. Solo recuerda seguir los pasos que he descrito.

Si colocas tus anuncios en sitios que no están bien direccionados o por en otras partes de la página, puedes perder hasta la camisa.

TIP: Para un banner rápido un sencillo, toma una captura de imagen de tu anuncio de AdWords con mejor conversión, ¡y úsalo como tu banner!

3. **Página de Agradecimiento para Intercambio de Tráfico**.

Este es el mejor tráfico que es posible obtener. Así es como funciona.

Encuentras un competidor o alguien que vende un producto complementario. Los contactas y les haces un trato, en donde ellos incluyen un enlace a tus productos en su página de "Gracias". Y luego tú pones sus productos en TU página.

Piensa en los beneficios que tiene esto para ambos:

Primero, es un buen trato para ellos porque no requiere de **NINGÚN ESFUERZO** de su parte.

Segundo, no tienen **NADA DE RIESGO** porque ya han hecho su venta. No es como si el cliente vaya a elegirte por encima de ellos o algo parecido. Básicamente, es como tener un producto de respaldo instantáneo en su estrategia de mercadotecnia.

Claro – es una forma glorificada del marketing de afiliados.

Pero cuando lo pones como un acuerdo y empuje mutuo de los productos de cada uno, es mucho más atractivo.

La clave está en también poner *su* anuncio en *tu* página de agradecimiento.

Este es un gran detalle cuando se trata de cerrar el trato, pues es un gran gesto de buena voluntad.

Además, el tráfico que obtienes es de ALTÍSIMA CALIDAD.

Están "preparados" porque acaban de hacer una compra. Si compráramos una lista de estas personas en el mundo del marketing por correo, *sería una de las listas más caras que podríamos comprar*.

Puedes estructurar este intercambio de otras formas. Puede ser un simple "intercambio" de enlaces al final del producto de cada uno en la página de "Gracias"… o puedes incluirlos como afiliados y compartir la ganancia. Lo he aplicado de ambas maneras.

Oh, y no estás limitado a páginas de agradecimiento. Puedes sugerir que pongan pequeñas "migas" para tu producto en sus correos de email… y tú hacer lo mismo por ellos.

Esos fueron los tres sencillos pasos para obtener más tráfico (y por ende, más ventas)… pero prosigamos.

Aún Más Formas de Incrementar el Número de Ventas en tu Negocio

Otra forma de inmediatamente incrementar tus ventas es al incrementar tu conversión.

Incluso si tu tráfico se mantiene igual, si duplicas la cantidad de conversión de ventas estarás duplicando la cantidad de ventas que haces.

Por lo que obviamente lo primero que te viene a la mente es mejorar tu carta de ventas, ¿no es así?

Sí, se que has escuchado esto antes. Pero mira – puedes ir y comprar otro "producto de marketing", o puedes tomar mi consejo gratuito y hacer algo de dinero con él.

¿Suena bien? Eso creo. Sigamos…

Aquí está el trato:

No necesitas probar y mejorar un billón de cosas diferentes para poder impulsar tu conversión.

Lo primero que debes hacer es probar y mejorar el encabezado.

Deja todo lo demás igual… solo cambia el encabezado y siéntate a ver qué pasa.

Después querrás probar al cambiar la oferta, pero no hagas ambas pruebas simultáneamente.

Prueba solo uno a la vez.

Primero pruebas tu encabezado y lo haces con el solo hecho de hacerlo más poderoso, más atractivo, o incluso más ridículo.

Y una vez que tengas control sobre tu encabezado y estés feliz con él debes iniciar la prueba de tu oferta.

Ofertas: La Llave para Todo

Con probar tu oferta me refiero a que, digamos, en lugar de vender un eBook por $47 dólares – quizás quieras ofrecer una versión *física* de tu paquete por $9 dólares por gastos de paquetería y envío, además de **tres sencillos pagos de $30 dólares**.

¿Ves? Es un total de $99… más del doble del precio original… usando una oferta de riesgo que parece más barata a primera vista.

De hecho, es probable que esa oferta tenga más conversiones.

Por eso es importante mejorar tu oferta constantemente.

En las palabras del viejo Dan Kennedy, "Es la oferta, tonto."

Incrementa tus Conversiones #2: El Formulario de Compra

Algo más es tu formulario de compra. La mayoría de formularios que he visto apestan. No reafirman tus garantías. No reafirman tus bonos. Y NO VENDEN.

Es como salir en 25 citas con una hermosa mujer, por fin llevarla a tu casa, y luego sonarte la nariz con la mano desnuda y pasar gas… o algo similar.

Tal vez la analogía es mala, pero esto es lo que quiero decir: Gastas mucho tiempo y esfuerzos tratando de que la gente llegue a tu sitio. Te partes el lomo en dos escribiendo y perfeccionando el contenido. Luego construyes la oferta perfecta. Tienes al prospecto emocionado y listo para hacer la compra…

Y luego los mandas a una página de compra indecente.

…

La sección de compra es una de las piezas más vitales (y más pasadas por alto) de tu canal de ventas.

Esto es lo que necesitas saber sobre la conversión de la sección de compra.

Tu sección de comprar ahora necesita, básicamente, reafirmar tu oferta.

Así:

> *"¡Sí Federico! ¡Por favor envíame cuanto antes una copia de Los Secretos de la Lucha Libre! Entiendo que voy a obtener este novedoso manual en la puerta de mi casa… y que me va a enseñar el antiguo arte de la técnica de Lucha Libre mexicana, lo que garantiza que voy a ganar cualquier encuentro!"*

¿Ves? Es fácil.

Después debes asegurarte de reafirmar tus bonos de esta manera:

> *"Entiendo que también voy a recibir la serie de videos nunca antes vistos de Los Luchadores de Sumo En Lodo Captados en Video, ¡totalmente gratis! Tan solo por checar esta oferta."*

¿Y quién no desearía ver estos videos?

Pero bueno – así es como reafirmas un bono. Si quieres mejorar tu oferta, puedes incluir imágenes del video.

Ahora solo nos queda por reafirmar la garantía:

> *"También estoy por enterado que estoy protegido por una garantía de reembolso al 100% que dicta que si no estoy completamente emocionado por lo maravilloso que es, obtendré un reembolso total… y tú personalmente vendrás a mi casa a enseñarme las técnicas de Lucha Libre, GRATIS."*

KA-BOOM!

Así es como construyes una página de compra que convierte. Más fácil que caerse de una tabla de surf. Pero que mucha gente aún no está haciendo.

Ahora hablemos de *otra* forma de obtener aún más clientes.

¡El Todo Poderoso Bono!

Una forma más de incrementar tus conversiones verdaderamente fácil es ofrecer más bonos. Llamo a esto la "pila de bonos"

Mientras más bonos ofrezcas, más ventas debes obtener.

¿Apoco?

Pero en donde muchos dejan ir el balón es cuando crean **ofertas que no tienen un solo gramo de valor**.

¡Demonios! Esperemos que todos tus competidores sean así.

Tu misión última debe ser crear ofertas irresistibles teniendo **bonos gratuitos que se perciban con un valor mucho mayor incluso a aquello que estás vendiendo.**

La manera en que lo ilustro es pretender que estoy vendiendo un carro, y decir: *"¡Si compran hoy mismo este Honda Accord, voy a ofrecerles también este nuevo Ferrari F430 y Lamborghini Diablo sin ningún costo!"*

Ese es un ejemplo ridículo, pero ejemplifica de manera perfecta la estrategia. Así que la persona que consideraba comprar un Honda Accord ahora va a hacerlo, pero sin que siquiera le importe ese Accord con tal de obtener los bonos mencionados.

Verás, él creía que comprar un Honda Accord estaba bien, pero ahora está doblemente, o hasta cuádruplemente emocionado por obtener el Ferrari y el Lamborghini. Gratis.

Y la mejor parte es que sus glándulas llenas de codicia y finanzas están salivando como nunca, pues él cree que te está prácticamente robando.

Esa es la estructura de oferta que debes buscar para tu negocio. Que se aprovechen de ti. Eventualmente puede hacerte rico.

Ahora permíteme darte otra estrategia más para incrementar tus conversiones…

El Arte del Downsell

Otra forma de incrementar las conversiones es tener downsells (descuentos) disponibles para algunas personas en la página de salida.

Es rarísimo ver esto y no entiendo por qué. Existen muchos scripts de ventanas emergentes que puedes ofrecer con el mensaje "Espera. ¿Te gustaría obtenerlo de forma más barata?"

Por ejemplo, digamos que tienes un producto físico de $500 dólares. Y por ignorancia o falta de visión, dejan la página sin comprar.

Puedes decirle a esa gente "Espera. Si actúas ahora mismo puedes obtener la versión digital por solo $97. Es el mismo producto, pero al no tener que enviarlo por paquetería, te pasamos el ahorro en costos a ti."

O si estás vendiendo un producto digital, podrías decir: "Espera. Solo por hoy tenemos una oferta de prueba que ofrecerte. Nos gustaría ofrecerte una prueba de siete días por tan solo $1 dólar. Solo úsalo durante siete días, y si te gusta, quédatelo y te cobramos. ***Si no nunca te cobraremos, pero puedes quedarte el producto de cualquier manera***".

¡Esa sí que es una oferta irresistible!

Si escribes eso como un downsell en tu página de compra como una ventana emergente de salida, entonces obtendrás más ventas.

En varias pruebas de productos he conseguido algunos cuantos miles de dólares al mes usando esta estrategia. Es **dinero gratuito**.

Unos cuantos miles de dólares a cambio de unas líneas de código extra. ¿Eso debe cubrir una hipoteca promedio, no?

Vale la pena hacerlo.

Pequeñas cosas que se convierten en grandes cambios.

Hablemos ahora de otro modo más en que podemos incrementar las ventas que haces, y es muy simple.

Incrementa la Frecuencia de tus Ofertas

Esto, una vez más, es solamente generar esas ventas por primera vez, aquellas en las que a todo mundo le agrada enfocarse.

Aún nos queda hablar sobre algunas otras cosas que mencioné al inicio del reporte.

Incrementar la frecuencia de tus ofertas usualmente altera un poco a las personas.

Hace que muchos digan "Dios mío, voy a bombardear a mis listas. Se van a enojar conmigo. No quiero estar vendiéndoles cosas todo el tiempo".

Hay dos lados para esta moneda.

Primero, si les vendes *buenos productos* no tienen por qué enojarse, ¿cierto?

Generalmente hay dos tipos de personas que van a escuchar ese mensaje – las personas que confían en mí solamente se deciden y lo hacen… y las personas que piensan "tú eres diferente porque de alguna manera les agradas".

Si no eres de las personas que "se arriesgan", entonces te daré dos tips para incrementar la frecuencia de tus ofertas sin venderles cosas vilmente. (Aunque les vas a vender cosas.)

El primero es usar una estrategia el Triángulo de Confianza.

Aquí es donde cargas videos geniales en tu blog y luego envías un correo a tu lista diciendo "Hey, acabo de publicar algo bastante bueno en el blog y quizás te interese verlo.", y entonces el video post hace la labor de venta.

Cuando haces eso no se percibe como "vender", sino como ganar unos cuantos puntos con tu lista, pues les estás dando buen contenido a cambio.

Naturalmente esto asume que SÍ les estás dando excelente contenido en tu blog por medio del video. (Al menos espero que así sea.)

Sigamos – esta técnica funciona de locura. Pasa por algo no tan comercial porque estás enviándolos a un artículo de tu blog… y no a una carta de venta.

Y aún estamos acostumbrados a ver los blogs como un medio de noticias… no de ventas.

Así que cuando escribes a tu lista y dices "vean este artículo del blog"… vas a obtener muchísimos clics.

Y si lo hiciste bien, también muchísimas ventas.

El truco es educar (es decir, dar contenido excelente en tu artículo) con el 90% del artículo, y vender con el otro 10% restante.

Esto ayuda a evitar molestar a tu lista, porque precisamente lo que les estás dando es información (con tan solo un 10% de convencimiento al final).

Para incrementar la frecuencia de tus ventas también puedes esconder tus ofertas dentro del contenido que regalas o públicas de manera constante y frecuente.

Por ejemplo, puedes empezar a hacer un podcast semanal con ofertas dentro del podcast, o puedes hacer también una transmisión semanal de un show de TV (y hacer ahí las ofertas).

Puedes tener tu propio canal de TV en vivo por internet ahora mismo, si vas a Ustream.com y te registras.

Puedes hacer el show en vivo por internet cada semana y hacer las ofertas ahí mismo en el show. (Verás que muchos ya lo han hecho este 2010).

Pues esos son los dos métodos en que puedes hacer más ofertas sin tratar de vender directa y descaradamente los productos a tus clientes.

Es la estrategia de “no-oferta”, se puede decir. (n_-)

Una tercera cosa que puedes hacer es alguna venta en relación a, o mejor aún, como reacción a alguna noticia o evento.

De esta forma tendrías una venta navideña, de acción de gracias, o del día de las madres. Puedes tener una venta de “Mi esposa acaba de ascender de puesto en su trabajo”. Puedes tener otra de “Mi hija acaba de graduarse del kindergarten”. ¡O una venta de cualquier cosa!

La gente ama las promociones. **Nunca** se cansan de ellas, así que puedes tener ventas con ofertas muy seguido.

De nuevo, todo lo que acabo de decirte son solo maneras de incrementar la cantidad de clientes que llaman a la puerta.

Así que hablemos ahora sobre la segunda **forma poderosa de hacer dinero**:

Parte 2: ¡Incrementa el Tamaño de tus Transacciones!

La primera manera en que puedes conseguir más dinero de tus primeras ventas es simplemente cobrar más.

Y ya sé lo que algunos estarán pensando: “Hombre, eso es realmente básico. ¿Podrías decirnos algo que no sepamos?”

(Y sé que tú no eres una de *esas* personas porque la mayoría de *ellos* son bufones analfabetos. ¡Terroristas, es lo que son! Fundamentalmente, malas personas en general.)

Así que por más obvio que suene, voy a ser directo contigo:

El hecho es que es una de las formas más fáciles de hacer dinero. Y no queremos nuevas, emocionantes y difíciles formas de hacer dinero. *Queremos las viejas, probadas y sencillas formas de hacer dinero JUSTO EN ESTE MOMENTO.*

Así que cobra más.

Pero a veces tiene su truco hacerlo…

Primero que nada no debes tener miedo de cobrar más porque nosotros como consumidores tenemos la creencia firme y permanente de que si algo cuesta más, entonces **tiene que ser mejor.**

La gente casi automática y metódicamente **desea la opción más cara.**

Incluso si no compran porque no tienen el dinero, **aun así lo desean** tan solo por tenerlo y sienten que son especiales por tener una cosa cara.

Es simple y sencilla naturaleza humana.

Piensa sobre la ropa de diseñador. No existe absolutamente ninguna diferencia entre una playera Polo y una playera común y corriente que no tenga la etiqueta Polo en ella… *además del hecho de que la playera más cara tiene la etiqueta Polo.*

Pero mucha gente aún piensa **"Oh, Polo es mejor"**.

¿Por qué?

Porque es más cara. Por eso.

Así que el hecho de cobrar más ayudará a incrementar el tamaño de cada transacción.

Ahora, si tienes miedo de cobrar más solo por el hecho de cobrar más podrías, previo a hacerlo, integrar más valor a tu producto. (¡Qué revolucionario!)

Así que si estás vendiendo un eBook, podrías agregar componentes de audio y cobrar más por tu versión avanzada con audio.

O podrías agregar algunas capturas de pantalla para video a tu producto y cobrar mucho más por el valor que has agregado (¡edición de video!).

O puedes tomar un producto digital y convertirlo en físico cobrando más. O tomar un producto físico y llevarlo a digital al acompañarlo de un seminario web y cobrar más.

Hay miles de maneras en que puedes agregar valor.

El punto es que solo necesitas hacerlo para poder cobrar más.

Otra cosa que puedes hacer es agregar más bonos.

Agregas más bonos y entonces puedes incrementar el precio un poquito porque el valor percibido en el paquete total ya se ha elevado.

Una forma más es incluyendo algo de la ya clásica exclusividad y escasez.

Por ejemplo: "Solo voy a permitir que 50 personas tomen este curso. Es caro, pero estas 50 personas tendrán una interacción mucho más personal conmigo, así que vale la pena."

BOOM. Justificación de precios al instante.

Una técnica más para incrementar el valor de transacción: tan sencillo como tener una versión de lujo o platino de cualquier cosa que estés vendiendo.

De acuerdo a Dan Kennedy, **el 20 por ciento de sus compradores van a elegir la opción más cara simplemente por principio, sin importar cuál sea el producto que estás vendiendo por dinero"**.

<u>Van a comprarlo solo porque está disponible.</u>

Puedo verificar con mi propia experiencia que ESTO ES CIERTO.

Así que teniendo una versión estándar y una versión de lujo, y la versión de lujo simplemente incluye una pieza de papel más con la leyenda "DE LUJO" en ella, aun así habrá personas que la compren… solo porque existe.

Obviamente debes proveer más valor que eso. MUCHO más valor… pero captas la idea.

Una forma súper fácil para vender tu "Versión de Lujo" es tener un upsell en tu formulario de compra.

O simplemente tener ofertas de única vez tras la compra inicial.

Ya has visto esto anteriormente. Compras el producto y en lugar de ver una página de agradecimiento, verás una oferta de única vez que dice "Espera, solo verás esta oferta una sola vez. Por tan solo $17 dólares más puedes obtener la versión de lujo".

Y lo seguirás viendo en Internet PORQUE FUNCIONA.

También puedes incrementar el tamaño de transacción ofertas de un *clic*, o mejor aún, una *cadena* de ofertas de clic después de la compra inicial.

Así es como algunos obtienen $200 dólares por cliente de un producto de $9 dólares.

Usualmente veras los upsells de un clic asociados con productos de marketing muy baratos, como CDs, DVDs y libros gratis, en los que solo pagas el envío.

Pero puedes aplicarlo a lo que se te ocurra.

De hecho, DEBERÍAS aplicar lo a LO QUE SE TE OCURRA.

¡Después de todo, no va a dañar tus conversiones de ninguna manera porque ya han ordenado! ¡Ahora solo pueden tomar la oferta de 1-clic o no!

No hay que pensarlo mucho.

Ahora vamos a conseguirte algo de dinero.

Y la forma en que lo haremos es…

Parte 3: ¡Véndeles Más Cosas!

La tercera estrategia poderosa para incrementar tu riqueza y tu capacidad para ganar dinero en general es incrementar la frecuencia de las compras.

Esto significa incrementar las veces en que la gente te compra productos.

Así es como lo haces:

Primero necesitas tener un producto de respaldo, obviamente.

Sé que de nuevo te estoy diciendo algo que ya habías escuchado, pero es un hecho que probablemente el 20 por ciento de mis lectores están haciéndolo.

El otro 80% dice "eso ya lo sabía", pero no hacen nada. No seas uno de ese 80%.

Mi objetivo es que te vuelvas rico, así que voy a empujar esto en tu consciente.

Necesitas un producto "detrás del mostrador".

Entonces lo primero que debes hacer es simplemente vender un producto a tu base de clientes existente. Si ya compraron una vez contigo, probablemente comprarán repetidamente, asumiendo que les des buena mercancía.

Ahora, la segunda forma de incrementar la frecuencia de la compra es **agregando continuidad a tu oferta**.

Por último puedes **incrementar el tamaño de tus transacciones** y eso lo logras al implementar un modelo ascendiente. (Esto se conoce de manera simple como vender cosas más y más caras en tu mostrador).

El "Modelo Ascendiente" prácticamente dice que cada vez tienes niveles de productos y servicios más caros que el anterior que tus clientes pueden comprar, y si los creas, ellos vendrán.

Si creas un doble, tirple o cuádruple Platino por $20,000 dólares al mes, existe la posibilidad de que al menos una persona va a tomar tu oferta por el hecho de que a la gente le gusta comprar cosas más caras.

Lo llamo la teoría de la escalera.

Verás, si pones una escalera frente a alguien, naturalmente van a querer escalarla. ¿O me equivoco?

Si sabes que existe otro nivel en el que podrías estar ahora mismo, **por instinto, uno que todos tenemos, vas a querer estar en ese nivel.**

De otra manera, si no tuvieras ese instinto, no estarías leyendo este reporte ahora.

Estarías contento justo donde estás y dirías "para nada, hombre… tengo suficiente dinero. Solo voy a relajarme".

Pero… aquí estás. Justo ahora. Leyendo esto. ¡Te atrapamos!

Es un hecho:

Tenemos por instinto el deseo de llegar al siguiente nivel. Por lo que si creas constantemente círculos de oro, plata, platino, titanium, elite, y otros para que la gente se una a ellos, o productos platino, doble platino, de lujo o cualquier cosa, más caros que la gente pueda comprar…. Comprarán las endemoniadas cosas.

(Por supuesto, asumiendo que estás entregando valor masivo. No puedes simplemente inventar un montón de basura y cobrar mucho dinero por ella. Pero tú ya sabes esto. Solo estoy escribiéndolo en caso de que alguien esté mirando por sobre tu hombro.)

Así que hablemos sobre lo que puedes ofrecer detrás del mostrador.

Bien, como ya lo dije, lo más rápido que puedes crear para ofrecer post-venta son ediciones platino y doradas de cualquier cosa que estés vendiendo, y ofrecerlo a tu base de clientes existente.

(Y claro, también lo ofreces como upsell a tus nuevos clientes.)

Así obtienes lo mejor de dos mundos. Ahí has creado un incremento en frecuencia de compra, tomando a alguien que ya es un comprador de alguna ocasión y hacerlo comprar algo más, y para todos los clientes de ahí en adelante estás aumentando el tamaño de la transacción al ofrecerles la habilidad de darte más dinero por las ediciones dorada y platino de lo que vendes.

Otra manera inmediata en que puedes tener un respaldo es vendiendo eventos en vivo. Específicamente, puedes vender seminarios web.

Has visto hacer esto a tipos como yo que venden su información todo el tiempo. Pero aún así funciona con productos "físicos".

Por ejemplo, si vendes podadoras, puedes vender un entrenamiento en vivo sobre como cortar patrones en el césped de tu patio trasero, y puedes venderlo vía seminario web por una pequeña cantidad de dinero, o una gran cantidad. Lo que tú quieras.

Los seminarios son baratos y puedes, literalmente si así lo deseas, sacarlos de la nada. (Necesitas dar buena información, pero no es necesario que lo ensayes como si fuera un bailable de Broadway o algo así.)

Y eso te permite crear un producto rápido al instante sin mucha preparación, para obtener dinero al instante.

Otra cosa es simplemente vender seminarios.

Puedes planear que tu negocio venda seminarios cada dos semanas.

De nuevo, para referenciar a mi maestro Dan Kennedy, cada año el hace dos grandes seminarios que vende "como respaldo". Tiene su Super Summit y también tiene el seminario Info Marketing, y estos dos han demostrado ser entradas masivas de dinero para su negocio.

El hecho es que ***tus clientes quieren estar cerca de gente como ellos***.

Vendiendo seminarios a tus clientes no debes preocuparte de que nadie los atienda. La gente querrá estar con gente que sea como ellos.

Pero permíteme compartir un secreto.

Hay aún una forma mejor para crear productos de respaldo que voy a compartir contigo.

Lo llamo

La Última Configuración de Respaldo

Este está garantizado que va a darte una fortuna.

Esto es lo que harás:

Crea un producto de respaldo que complemente a tu producto inicial.

(¿Apoco?.)

Pero hay más. Escucha…

Posicionas este producto de respaldo como el **eslabón perdido**, y esta es probablemente la estrategia más redituable que puedo enseñarte hoy.

Un **eslabón perdido** es algo que toma toda la información que la gente aprende de tu producto inicial y la **hace más fácil o automatiza por completo**.

Digamos, por ejemplo, que estoy vendiendo un curso en Marketing por Internet que dice:

“Sabes, una forma maravillosa de hacer mucho dinero es visitar todos los sitios web relacionados a ti, y buscas en todo el sitio la dirección de correo de la persona que lo administra.”

“Después le envías un bonito y personal correo, dónde dirás *“Sabes, estaba navegando por tu sitio, y creo que es un sitio verdaderamente bueno.”*

“Tengo un producto que a tus compradores probablemente les va a interesar y creo que a mis compradores probablemente les interesaría tu producto, así que me preguntaba si pudiéramos programar algún tiempo para discutir esto y hacer algún negocio juntos.”

“Me gustaría enviarte algunos clientes y sé que tú puedes hacerme ganar algo al enviar clientes de tu parte.”

Digamos que tú enseñas esa estrategia.

Y también supongamos que tus compradores piensan, “Sabes, es un buen concepto. Es grandioso, pero va a tomarme una eternidad encontrar todos estos sitios similares al mío y escribir estos correos al dueño del sitio y hacer todo ese trabajo. No creo que lo haga nunca. ***Si tan solo tuviera algo que lo hiciera automáticamente.***”

Entonces **naturalmente tu producto de respaldo será la pieza de software que automatiza todo el proceso**, ¡y si has estado en la comunidad de marketing de Internet por suficiente tiempo sabrás que *eso exactamente ya ha sucedido*!

Si has sido parte de esta comunidad por algún tiempo habrás escuchado de Corey Rudi.

Construyó un imperio multimillonario vendiendo un curso que enseñaba a la gente, entre otras cosas, la importancia de encontrar sitios web similares a los suyos y pedir a los dueños de esos sitios convertirse en afiliados.

Su **producto de eslabón perdido** era una combinación de algo llamado “Mailloop” y “Sonic”.

Lo que hacían esos dos programas era que saldrían por si mismos a buscar los sitios de tu competencia, conseguía la dirección del tipo del mismo sitio y luego automáticamente enviaba un correo diciendo “Hey, hagamos negocios juntos”.

De esa manera el “respaldo” se vendía solo.

El producto inicial creaba un gran deseo para el producto de respaldo, que sus ventas fueron masivas, y eso fue lo que ocasionó que el negocio de Corey creciera tremendamente. (También ayudó el que Corey fuera un gran visionario. Descanse en paz.)

Corey también enseñaba en su curso la importancia de tener un buen programa de afiliados. ¿Y cuál era otro de sus productos de respaldo?

Adivinaste. Era software para administrar afiliados.

El negocio de Corey continúa creciendo y enriqueciéndose aún al día de hoy, aunque Corey no esté ahí para administrarlo.

La razón es que el construyó una base sólida en un producto inicial que creaba el deseo para el producto de "eslabón perdido", que era vendido después como respaldo.

No hay venta más fácil en el mundo que una venta de respaldo, y si comienzas a hacer promociones de respaldo y haces todo lo que te he dicho en esta carta entonces sin problemas podrás multiplicar tus negocios hasta cuatro veces, si no es que más.

Pruebas Reales de Que Hay Dinero en Todos Lados, Esperando a Que Tú le Pongas tus Manos Encima

Quiero que comiences a buscar cosas como las que estoy a punto de mostrarte.

La razón es que refuerza el hecho de que la gente comprará cualquier cosa y que el dinero está en todos lados… todo lo que tienes que hacer es poner las manos para obtener un poco.

Aquí está la prueba:

Espera.

¡Demonios!

No encontré la forma de hacer la imagen pequeña para que quepa en esta página.

Ahora debemos rellenar este espacio con un poco de charla informal, para que podamos avanzar a la siguiente página y veamos la foto.

Es parecido a estar en un elevador con alguien.

Bien… este… ¿cómo te va? ¿Bien? Genial. Ahora podemos ir a la siguiente página.

Te Presento un Gran Absurdo



Esta es una foto de unas botellas de agua. Esta es una tienda interesante porque es un lugar a donde la gente va a **gastar muchísimo dinero… por menos productos.**

En serio, todo lo que venden ahí es "orgánico" y "saludable"… y caro como nada más.

Y las "porciones" que puedes comprar (por mucho dinero) son solo la mitad de lo que obtendrías en una tienda común y corriente.

¡Es hermoso!

La mejor parte es que las personas que compran ahí AMAN el lugar. Están contentos de pagar más por menos porque han sido brillantemente aleccionados para creer esto:

1. Eres un pelmazo si compras un montón de basura en una tienda normal porque "no eres verde". Gastas recursos y llenas tierra con basura. ¿Cómo te atreves?
2. Si no compras las cosas súper saludables, eres un tonto obeso como los "chicos malos" que arruinan el planeta.
3. Estas cosas son más caras, por lo que deben ser mejores.

4. ¿Quieres porciones grandes? ¿Qué eres, un idiota? ¡Gordo! Hay niños muriendo de hambre en Uganda y tú mendigas algunos centavos porque quieres una bolsa de papás más grandes. ¡Madura!

Es sorprendente, en verdad. Me quito el sombrero ante sus agentes de marketing porque han hecho una tarea asombrosa.

Pero bueno – eso nos lleva a la joya que voy a mostrarte sobre esa foto.

Es una botella de agua con las palabras “Estoy Agradecido” (en inglés) escritas en la etiqueta.

Cuesta más que otras aguas embotelladas… lo que cuesta más que el petróleo. Piensa un poco en eso…

MÁS QUE EL PETROLEO.

La gente se está matando en el desierto a causa del petróleo mientras lees esto… pero en el otro lado del planeta, la gente compra agua embotellada con frases del “new age”. Más que el petróleo.

El agua supuestamente está dotada de alguna sustancia mágica puesto que lo están anunciando en la etiqueta. Hasta donde sé, es una sustancia mágica. Pero aun así. Agua. Con “frases”. Más que petróleo.

Como dije, el dinero está en todos lados.

Hay bastante allá afuera… y muchas personas están dispuestas a gastarlo (como locos) en cualquier cosa que crean que los hará felices.

Todo lo que tienes que hacer es crear algo que los ayudará y hará felices, demostrar que funciona, y decir “¡aquí tienen!”

Es básicamente eso.

Es más – tengo otros ejemplos.

Ahora mira esto:



Esto, mi querido amigo, es…

¡Una pila de rocas!

El precio de la etiqueta es de $179 dólares. Se ve un poco borroso, pero eso dice.

Rocas apiladas, amigos. $179 dólares.

Así que mientras Juan Pérez está en el noticiero pregonando que el cielo se está cayendo, hay gente inteligente como nosotros comprando UN MONTÓN DE ROCAS APILADAS por $179 dólares.

Pero por alguna razón nadie habla sobre esto en las noticias.

Eso es porque es más fácil vender miedo que prosperidad.

Como sea.

En algún lugar, un tipo está totalmente emocionado porque acaba de comprar una maravillosa pila de rocas por solo $179 dólares.

Como dije antes, el dinero está EN TODOS LADOS.

Por último, veamos esta belleza:



Es un BOTE DE BASURA. (Y cuenta con la recomendación de Rachel Ray, por supuesto.)

No se ve el precio, pero asumo que ronda los $20 dólares.

¿Sabes para qué es?

Para poner las cáscaras de papa cuando estás cocinando.

Sabes… para que no tengas que tirarlos en el bote de basura que ya tienes en la cocina.

Verás, pones tus cascaritas en este pequeño bote y *después* vacías el bote en tu bote de basura grande cuando termines de cocinar.

Te ahorra la miseria de estirarte a tirar la basura en el bote.

Y sabes… **debes de tener este (por unos $20 dólares) porque dice "Bote de Basura" en la caja**.

Por lo que debe ser mejor que un cubo de basura común… el cual ya tienes.

Y mientras Juan Pérez sigue diciendo en las noticias que no hay dinero, nuestra pequeña Rachel Ray vende sus botecitos de basura.

Caso cerrado.

Bien **¿Qué tal te ha parecido este reporte?**

Pues esto que acabas de leer es algo que aplico constantemente en mis productos, en mis lanzamientos, y es prácticamente una forma de ver el marketing en Internet, y créeme, es una forma muy rentable de verlo.

Ahora bien, como seguramente recuerdes, cuando descargaste este reporte se te presentó una oferta de única vez. Déjame comentarte que esa oferta de única vez incluye gran parte de lo que es mi negocio y de lo que he desarrollado en este último año, y son productos a los que les he aplicado las estrategias que te he revelado en este reporte y que me han dejado muy buenos resultados.

Las estrategias correctas + buenos productos + una buena plataforma para venderlos = Dinero constante y sonante en tu bolsillo

Así que este es el trato:

Estoy seguro que si estás leyendo estas líneas es porque encontraste interesante este reporte y también estoy seguro de que ahora le encuentras mucho más sentido a la oferta que te presenté cuando descargaste este reporte.

Pues bien, si esto lo estás leyendo antes del 6 de septiembre y estás interesado en tomar ventaja todavía de la oferta súper especial de mi cumpleaños, lo único que tienes que hacer es enviarme un email a: soporte@marketingconexito.com diciéndome que has leído el reporte y que deseas que te abra la Oferta de Única Vez de mi cumpleaños una vez más.

Contigo en tu camino al éxito en Internet,

Federico Aura

Federico Aura